

Os media sociais e a promoção do debate público em temáticas relacionadas com as minorias étnicas¹

Social media and the promotion of public debate about ethnic minorities themes

Ana Beatriz Cruz

Resumo

Os media sociais possibilitam um novo papel de utilizador. Esse papel veio tornar-nos participantes ativos na agenda mediática.

As minorias étnicas são sub-representadas nos media, devido à hierarquia das fontes informativas e ao défice de discursos alternativos.

Neste artigo objetivou-se perceber se os media sociais proporcionam o debate público acerca das minorias étnicas através de dois níveis de estudo: o primeiro consistiu na análise das peças jornalísticas sobre as minorias étnicas em primeiro plano; e o segundo constituiu-se pelo estudo dos comentários efetuados às mesmas no site e na página do Facebook do ‘Correio da Manhã’ e do ‘Público’.

Conclui-se que os media sociais proporcionam o debate público, porém os utilizadores não contribuem na plenitude para a construção de uma opinião pública fundamentada.

Palavras-chave: minorias étnicas; media sociais; debate público.

Abstract

Social media enables a new user role. This role becomes us active participants in the media agenda.

Ethnic minorities are underrepresented in the media, because the hierarchy of information sources and the lack of alternative discourses.

This article aimed to understand if social media provide public debate about ethnic minorities through two levels of study: the first consisted in the analysis of news stories about ethnic minorities in the foreground; and the second consisted in the study of the comments in the site and in the Facebook page of ‘Correio da Manhã’ and ‘Público’.

We concluded that social media provide public debate, but users do not contribute entirely for the construction of a reasoned opinion.

Keywords: ethnic minorities; social media; public debate.

Introdução

O presente estudo pretende perceber se os media sociais promovem o debate público sobre questões relacionadas com as minorias étnicas.

Ao longo deste artigo, o debate público é considerado como um discurso produtor de opiniões positivas ou negativas, podendo ser apresentadas como soluções, contradições, questões e perspetivas, não considerando opiniões “out of context” ou desrespeitosas,

¹ Trabalho apresentado no III Seminário de I&DT, organizado pelo C3i – Centro Interdisciplinar de Investigação e Inovação do Instituto Politécnico de Portalegre, realizado nos dias 6 e 7 de Dezembro de 2012.

mas as que proporcionem o gerenciamento de opinião pública e a promoção da cidadania.

A nossa pesquisa engloba duas vertentes de investigação, o estudo da representação das minorias étnicas nos media e o estudo do novo paradigma do jornalismo. Assim, seleccionámos dois jornais diários com linhas editoriais diferentes: um ‘popular’, o Correio da Manhã; e um de ‘referência’, o Público – com vista à comparação do discurso dos mesmos e dos comentários dos seus utilizadores.

1. Representação das minorias étnicas nos media

O conceito de minoria consiste na possibilidade de ter voz ativa e de intervir em questões decisórias do poder, logo as minorias são setores ou frações sociais comprometidas pelas lutas em volta das questões sociais (Sodré, 2005).

Um grupo étnico é um grupo social minoritário, percebido e classificado como diferentes da cultura dominante (Cabecinhas & Amâncio, 2004).

De acordo com Smith (*in* Carvalho, 2007) as seguintes características definem os grupos étnicos: nome próprio coletivo; mito de linguagem comum; memórias históricas partilhadas; elementos diferenciadores de cultura comum; associação a uma terra natal; e sentido de solidariedade em sectores significativos da população.

Estudos realizados pelo *European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia* (*in* Ferin, Torres, Filho & Santos, 2008) sobre as atitudes face aos imigrantes e às minorias étnicas, concluíram que os media têm impacto na formulação da opinião e nos comportamentos perante estes grupos.

Pois, como denotaram Wilson et. al. (2003) a cobertura mediática dos grupos étnicos minoritários “(...) has often focused inordinate attention on the more bizarre or unusual elements of minority communities, such as youth gangs, ilegal immigration, and interracial violence.” (Wilson et. al., 2003: 29).

Dijk (2000a) menciona que o racismo e as ideologias são reproduzidos pelas práticas sociais, especialmente através do discurso. Uma vez que media têm um papel fundamental na produção e reprodução de discursos, podemos dizer que também têm responsabilidade da reprodução do racismo.

Logo é importante que os media façam retratos positivos das minorias étnicas objetivando influenciar a percepção que a restante sociedade tem das mesmas, e consequentemente atenuando o preconceito (Zhang, 2005).

Os media têm assim um papel central na reprodução do racismo devido às relações que têm com as elites e há sua influência em moldar e alterar as “mentes” sociais (Dijk, 1995).

Além disso, a sub-representação e a discriminação dos jornalistas dos grupos étnicos também leva à reprodução do racismo nos media (*idem*).

A falta de credibilidade que as minorias étnicas têm como fontes de informação também condiciona a sua representação mediática. Pois, as minorias têm menos acesso aos media visto que não controlam o “discurso das fontes” em que é baseado o newsmaking: conferências de imprensa, press releases, briefings, brochuras informativas, documentos, entrevistas, etc. (Dijk, 2000b).

Dijk (2005) afirma que há uma tendência global para uma cobertura mediática em termo de “problemas” ou até de “ameaças”. Facto confirmado na pesquisa de Carvalho (2007) que refere que as temáticas sobre imigração e minorias étnicas na imprensa popular portuguesa tendem para a criminalidade.

Em suma, a representação das minorias étnicas nos media é/está condicionada por vários fatores - falta de minorias nas redações, falta de discursos alternativos, falta de acesso, falta de credibilidade, falta de interação social - contudo os media devem sempre tentar ser objetivos e imparciais.

2. Jornalismo participativo das mudanças ao paradigma atual

A internet surge com um grande potencial para a interação e para a participação devido à possibilidade de trazer novas vozes para os media (Herminda, 2011), de conectar o mundo e de disseminar informação.

A mudança na comunicação refletiu-se tanto na informação como no jornalismo, de modo que agora podemos falar de “jornalismo participativo” (Singer, 2011a). Sendo que associamos este termo aos comentários, aos fóruns de discussão, aos blogues dos utilizadores (Lasica *in* Singer, 2011a), aos micro-blogues e às redes sociais (Singer, 2011a).

O jornalismo participativo veio alterar as redações e o próprio conceito de jornalismo, pois: “o novo jornalista já não decide o que o público deve saber. Ajuda-o, antes, a ordenar as informações.” (Kovach & Rosenstiel, 2004: 23).

Desta feita, “o jornalista transforma-se em «líder de um fórum» ou em mediador, deixando de ser simplesmente um professor ou conferencista.” (Brown *in* Kovach & Rosenstiel, 2004: 23).

Por conseguinte, o conceito de gatekeeper tornou-se indefinido, deixando de ser exclusivo do jornalista, editor, etc. (Heinrich *in* Primo, 2011: 132), uma vez que as novas tecnologias permitem que os utilizadores criem e distribuam informação baseada nas suas próprias observações ou opiniões (Hermida, 2011).

Assim, o cidadão de hoje não se limita às informações de organizações jornalísticas ou às opiniões de terceiros, dado que consome toda a informação a que tiver acesso (Primo *in* Primo, 2011).

Com a democratização dos media toda a gente passou a ser um potencial criador, tornando-se colaborador (Gillmor, 2010), isto é “prosumers”, visto que os utilizadores são produtores e consumidores de informação (Kovach & Rosenstiel, 2004).

Singer (2011b) alude que as contribuições dos utilizadores apresentam dois problemas éticos: o desconhecimento da informação; e a natureza abusiva dos conteúdos produzidos pelos utilizadores. A este propósito, Gillmor (2010) expressa que algumas

peças estão a espalhar “lixo”, deliberadamente ou inadvertidamente, contudo outras dão-nos a esperança de um futuro rico em informações confiáveis e oportunas.

Apesar do advento da participação, os media estão pouco abertos às histórias dos cidadãos, e quando permitem a submissão das mesmas sujeitam-nas a controlos editoriais ou a determinados tópicos (Hermida, 2011).

E caso o público atribua a mesma importância aos conteúdos gerados dos utilizadores que atribui aos dos jornalistas, poderão surgir casos de desinformação, porque à partida os cidadãos sem formação jornalística estão menos preparados para separar os factos das opiniões e para serem objetivos. Além disto, as normas e regras deontológicas que são seguidas pelos jornalistas podem não ser cumpridas pelos cidadãos (Rodrigues, 2006).

Posto isto, para que a participação na sua plenitude deixe de ser uma teoria os jornalistas precisam de aceitar o facto de que os seus leitores podem saber mais do que eles próprios (Gillmor *in* Heinonen, 2011); e os cidadãos devem reconhecer o valor individual e social da sua participação (Souza *in* Francisco, 2010).

3. Redes sociais como potenciadoras de interação e de um novo espaço público

A expansão da internet remete-nos para a realidade das redes sociais já que estas se constituem como um novo espaço com grandes potencialidades.

Para Boyd & Ellison (*in* Recuero, 2009), os sites de redes sociais definem-se como sistemas que permitem: a construção de uma *persona* através de um perfil ou página pessoal; a interação feita pelos comentários; e a exposição pública da rede social de cada ator. Por sua vez Recuero (2009) considera que as redes sociais são constituídas por vários elementos, designadamente: atores, ou seja pessoas envolvidas na rede; conexões, compostas pelos laços sociais; e interação, relação e laços sociais.

As redes sociais fizeram com que o cidadão comum ganhasse voz e pudesse dar a sua opinião para todo o mundo, ou seja os cidadãos tornaram-se participantes.

Para Habermas (*in* Rieffel *in* Rodrigues, 2006) o espaço público grego da Pólis era comum a todos os cidadãos livres e estava separado da esfera privada. Já a esfera pública burguesa era entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em público (Habermas *in* Rodrigues, 2006). Rodrigues (2006) relaciona este modelo de esfera pública com a blogosfera, porque em ambas todos podemos falar, questionar e debater sobre tudo – relacionamos também este modelo com as redes sociais, pois possuem a mesma configuração.

Segundo Rodrigues (2010: 4), “(...) o Espaço Público foi alargado às inúmeras possibilidades do virtual (...) o ciberespaço ganhou uma visibilidade nunca alcançada por uma outra ágora territorial.”. O que não quer dizer que a discussão pública seja mais significativa e que acrescente algo de interesse público.

As redes sociais são assim mais um espaço público de discussão onde os cidadãos podem contribuir para formar opinião pública fundamentada tal como Habermas a define.

4. Novos media como construtores da democracia e promotores da cidadania

Considerando o jornalismo como promotor da democracia e da cidadania, interessa-nos observar a realidade dos media sociais.

Assim, a internet permite uma sociabilização mais alargada e uma integração na vida ativa mais ampla. Esta abertura remete-nos para o conceito de democracia “que só existe se os cidadãos puderem expressar-se, trocar argumentos e dar a sua opinião livremente (...).” (Rodrigues, 2006: 24).

Esteves (2010) considera que a internet pode reforçar as formas de vida democrática devido ao seu potencial comunicacional e à sua potencialidade interativa.

A possibilidade de mais vozes, pode auxiliar os cidadãos a exercer a cidadania, pois: “quanto mais variadas forem as vozes, maior é a probabilidade do povo conhecer a verdade e, desta forma, ser capaz de se autogovernar” (Bollinger *in* Kovach & Rosenstiel, 2004: 22). Contudo, a tentativa de o jornalismo decidir o que as pessoas

querem e precisam saber para se autogovernarem tornou-se ainda mais necessária (Kovach & Rosenstiel, 2004).

5. Metodologias e objetivos da investigação

O objetivo central desta investigação é perceber se a representação das minorias étnicas suscita debate público, ou seja se os media sociais são proporcionadores e impulsionadores de discussão pública.

A recolha de dados dos sites e das páginas do Facebook do Correio da Manhã e do Público foi efetuada diariamente às 21h00 nos meses de Novembro e Dezembro de 2011 e nos meses de Janeiro e Fevereiro de 2012. Decidimos selecionar as peças jornalísticas que focavam as minorias étnicas em primeiro plano, bem como os comentários às mesmas no site e nas páginas do Facebook de ambos os jornais.

Para a análise das peças determinámos as categorias e subcategorias seguintes: temas (políticos, discriminação étnica e racial, imigração ilegal, crimes, outros); fontes de informação (membros das minorias, fontes políticas, Serviços de Estrangeiros e Fronteiras, policiais, judiciais, especialistas, associações/instituições, cidadãos-comuns, outras); género (notícias, breves, reportagens); âmbito (local, nacional, internacional).

Já para analisarmos os comentários, adaptamos uma lista de critérios da investigação de Silva (2004), feita aos comentários dos leitores da TSF Online sobre as notícias da Cimeira de Copenhaga, como se pode ver:

- Interpelação direta ao trabalho do Jornalista: retificação, retificar erros do jornalista; crítica positiva; e crítica negativa;
- Linguagem: informal (que se caracteriza por abreviaturas, erros, expressões coloquiais, etc.); e formal (linguagem característica de locais públicos);
- Características do utilizador: identificado (nome, nome e apelido, apelido); não identificado (anónimos, pseudónimos);
- Interatividade: jornalista-utilizador; utilizador-utilizador;
- Contributo do comentário para o debate público: não contribui (desvio do assunto da peça; comentário inadequado); contribui (apresenta soluções; apresenta outros pontos de abordagem; coloca questões fundamentadas; acrescenta conteúdo à peça).

6. Análise das peças jornalísticas sobre minorias étnicas

Ao longo do período de recolha os dados obtidos foram os seguintes: 11 peças sem comentários no Público e 21 peças sem comentários no Correio da Manhã; 9 peças com comentários no Público online e 38 peças com comentários no Correio da Manhã.

Os temas com mais destaque nas peças sem comentários foram os crimes e a imigração ilegal. Já nas peças com comentários foram apenas os crimes. Temas que estão habitualmente relacionados com as minorias étnicas, tal como mencionaram Carvalho (2007) e Wilson et. al. (2003). Porém, no Público o tema que mais se destacou foi a discriminação racial e étnica, o que demonstra a importância desta problemática.

Em relação às fontes de informação, quer nas peças sem comentários como nas peças com comentários, a maioria corresponde ao Serviços de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) e às fontes policiais, devido ao carácter oficial de ambas. Contudo, no Público as fontes mais utilizadas nas peças com comentários foram as associações/instituições de apoio às minorias étnicas, demonstrando rigor jornalístico na medida em que permite discursos alternativos.

Os membros das minorias étnicas não assumem um papel preponderante como fontes de informação, uma vez que só registámos um membro de uma minoria étnica como fonte no Correio da Manhã.

Na totalidade a maioria das peças jornalísticas sem comentários são notícias de âmbito local, possivelmente devido ao valor-notícia da proximidade. A maior parte (85%) das peças jornalísticas com comentários também são notícias. Sendo que, 43% eram de âmbito nacional. No jornal Público esta tendência não se verifica, registando-se 56% das peças com comentários de âmbito internacional.

Algumas das peças sem comentários identificam os cidadãos das minorias ou expressam tentativas de identificação, verificando-se com mais frequência em peças sobre a imigração ilegal e aos crimes. Por outro lado, algumas das peças com comentários fazem uma referência à nacionalidade dos cidadãos.

7. Análise e interpretação dos comentários

No total recolhemos 999 comentários, isto é: 382 comentários na página do Facebook e 135 comentários no site do Público; 263 comentários correspondem à página do Facebook e 219 comentários ao site do Correio da Manhã.

Salientamos que os comentários apresentados nos itens seguintes, a título de exemplo, estão transcritos na íntegra.

7.1. Análise e Interpretação dos comentários nos sites

Em termos gerais não se verificou uma correção fundamentada ao trabalho jornalístico, notando-se apenas algumas sugestões e críticas negativas.

Relativamente à linguagem 55% dos comentários contém linguagem informal, no entanto no Público o número de comentários com linguagem formal é superior (55%).

Um exemplo de linguagem informal são os vocábulos específicos do calão e da gíria, como on comentário 42 da peça 1 de novembro do Público: “(...) e depois disse fiteiro de merda. E tu, só ouviste preto de merda.” (comentário não identificado, Público, em 07/11/2011, às 14:03).

Em relação à identificação dos comentários, na generalidade estes são não identificados (54%). Ou seja, tal como referiam Mckenna & Greene (in Reich, 2011) há uma tendência para o anonimato devido ao ‘efeito desinibidor’.

No que diz respeito à interatividade, apenas 5% se dirigem particularmente a outros utilizadores.

Verificámos que 54% dos comentários contribui para o debate público na generalidade, o que não se verifica no Correio da Manhã (em cerca de 56%).

Os comentários que contribuem para o debate público normalmente apresentam soluções, outros pontos de abordagem, colocam questões fundamentadas, acrescentam

conteúdo e/ou contam experiências pessoais. Já os comentários que não contribuem estes geralmente desviam-se do tema em si ou são inadequados (por exemplo contêm insultos, expressões típicas da internet).

É de salientar uma tendência para a discriminação das minorias étnicas que se manifesta através de comentários racistas, preconceituosos e estereotipados, como por exemplo: “Vê-se bem que este comissário não vive nem convive com eles e fala sem conhecimento de causa.” (comentário não identificado, CM, em 27/02/2012, 18:02). Este facto alude ao que Dijk (2005) chama de tendência global para uma cobertura mediática em termo de “problemas” ou até de “ameaças”.

Em suma, a percentagem os comentários que contribuem para o debate público e dos que não contribuem é praticamente igual. Notando-se uma tendência para a discriminação mesmo em comentários que contribuem para o debate público.

7.2. Análise e Interpretação dos comentários na página do Facebook do Correio da Manhã e do Público

Ao longo da investigação recolhemos apenas 9 peças (20%) com comentários nas páginas do Facebook dos jornais em análise (7 no Correio da Manhã e 2 no Público).

Os comentários do Facebook caracterizam-se por uma maior interatividade e troca de ideias entre utilizadores, e uma linguagem mais informal.

Assim, 71% dos comentários têm uma linguagem informal, que apresenta com mais frequência o uso de abreviaturas, gíria, calão e expressões típicas da internet, como se pode denotar: “Com o histórico que este animal tem entre eles o crime de violação para mim era cabeça fora, chega de andarmos a sustentar estes animais sejam eles portugueses ou estrangeiros....” (comentário identificado, facebook do CM, em 11/11/2011, 18:07).

Em relação à interação entre os utilizadores é frequente a resposta a outros, que por vezes chega a ser insultuosa.

Cerca de 58% dos comentários não contribuem para o debate público, apresentando argumentos inadequados, tal como: “Este ::::::::::::::,devia ter mais respeito !!!!!!! pois nós sabemos onde aprendeu a dizer estas coisas ,, ,, triste ,, ,,insurreto” (comentário 8 da peça 1 do facebook do Público, identificado, em 07/11/2011, hora não especificada).

No Facebook há uma tendência para a identificação pois grande parte dos utilizadores usam o seu perfil pessoal para comentar, o que não significa que não haja uma distorção/personalização dos dados pessoais.

Apesar de a maioria de os comentários do Facebook não contribuírem para o debate público e do carácter menos rigoroso que apresentam, existe um uso mais eficaz da página da rede social, notando-se uma predileção pelas redes sociais como os autores Freire et. al. (2010) referem.

Ainda assim, a diferença entre o número de comentários que não contribuem para o debate e o número de comentários que contribuem não é muito diferente, podendo estar condicionado pelo mediatismo de algumas peças que levam a uma “explosão” de emoções, e consequentemente a uma opinião menos pensada e fundamentada.

Conclusão

Concluimos que as minorias étnicas são sub-representadas nos media, uma vez que: verificámos um défice de discursos alternativos, com uma cobertura mediática que aposta nos temas negativos; e denotámos que as minorias étnicas não são consideradas fontes de informação credíveis.

Os media sociais promovem a discussão pública sobre as minorias étnicas, contudo os cidadãos ainda não veem estes espaços como uma “ágora” que os permite democratizar a opinião pública e construir a cidadania, pois: a maior parte das peças jornalísticas recolhidas aborda aspetos negativos, o que tem efeitos negativos nas “mentes” dos recetores (Dijk, 2000b); e a discriminação racial e étnica está presente nos comentários.

Além disso, os media sociais deparam-se com dois problemas éticos principais: o desconhecimento da informação e a natureza abusiva dos conteúdos (Singer, 2011b), o que nos faz acreditar de este novo paradigma ainda tem um longo caminho a percorrer.

O jornalismo está sempre condicionado às inovações tecnológicas, logo não surpreende que se verifiquem variadas opiniões sobre aquilo que são os media sociais e sobre a promoção do debate público nos mesmos.

O debate público enquanto objetivo/dever central do jornalismo deve ser promovido em todos os media. Logo, o objetivo da participação dos utilizadores devia ser oferecer a informação independente, fidedigna, variada, precisa e relevante que uma democracia requer, tal como Bowman & Willis (*in* Rodrigues, 2006) defendem. Contudo, essa informação não consegue ser na totalidade aquilo que uma democracia requer.

Consideramos que os media fornecem um espaço para os cidadãos trocarem argumentos racionais, porém muitas das vezes há uma diluição dos ideais democráticos com opiniões estereotipadas, preconceituosas, insultuosas, discriminatórias e inapropriadas.

Referências Bibliográficas

Cabecinhas, R. & Amâncio, L. (2004). Dominação e exclusão: Representações sociais sobre minorias raciais e étnicas. *Actas do V Congresso Português de Sociologia - Sociedades Contemporâneas - Reflexividade e Acção* (pp. 139-146).

Carvalho, M. (2007). *A construção da imagem dos imigrantes e das minorias étnicas pela imprensa portuguesa. Uma análise comparativa de dois jornais diários*. Dissertação de Mestrado. Instituto Superior das Ciências do Trabalho e da Empresa, Lisboa.

Dijk, T. (1995). Elite Discourse and the reproduction of racism (pp. 1-27). In Slayden, R. & Slayden, D. (Eds.) *Hate Speech*. Newbury Park: Sage.

Dijk, T. (2000a). 5 Ideologies, Racism, Discourse: Debates on Immigration and Ethnic Issues, In Wal, J. & Verkuyten, M. (Eds.), *Comparative perspectives on racism*. (pp. 91-116). Aldershot etc.: Ashgate.

Dijk, T. (2000b). New(s) Racism: A discourse analytical approach. In Cottle, S. (Ed.), *Ethnic minorities and the media*. (pp. 33-49). Buckingham, UK & Philadelphia, USA: Open University Press.

Dijk, T. (2005). *Discurso, Notícia e Ideologia. Estudos na Análise Crítica do Discurso*. Famalicão: Campo das Letras.

Esteves, J. P. (2010). Novos Media e Deliberação: sobre redes, tecnologia, informação e comunicação. In *IC - Revista Científica de Información y Comunicación* (pp. 171-191), nº 7.

Ferin, I. et. al. (2008). *Media, imigração e minorias étnicas 2005-2006*. Lisboa: Alto-Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural.

Francisco, K. C. (2010) O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais? In *PRISMA – Especial Ciberjornalismo2010*, nº12. Acedido em 20 de Dezembro de 2011 em <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/viewFile/754/681>

Gillmor, D. (2010) *Mediative*. Acedido em 4 de Novembro de 2011 em <http://mediactive.com/book/table-of-contents-2/>

Hermida, A. (2011). Mechanisms of Participation: How audience options shape the conversation. In Singer, J. et al., *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. (pp. 13-33). Inglaterra. Wiley-Blackwell.

Heinonen, A. (2011). The Journalist's Relationship with Users: New dimensions to conventional roles. In Singer, J. et al., *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. (pp. 34-55). Inglaterra. Wiley-Blackwell.

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do jornalismo – O que os profissionais devem saber e o que o público deve exigir*. Porto: Porto Editora.

Primo, A. (2011). Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. In *Intexto*, (pp. 130-146). v. 02, nº 25, Porto Alegre. Acedido em 12 de Dezembro de 2011 em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/24309/14486>

Recuero, R. (2009) *Redes sociais na internet*. Meridional, Coleção Cibercultura. Porto Alegre.

Rodrigues, C. (2006). *Blogs e a fragmentação do espaço público*. Universidade da Beira Interior. Labcom.

Rodrigues, R. (2010) *Ciberespaços Públicos: As Novas Ágoras de Discussão*. Acedido a 28 de Abril de 2012 em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cibrespacos-rodriques.pdf>

Singer, J. (2011a). Introduction: Sharing the Road. In Singer, J. et al., *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. (pp. 1-9). Inglaterra. Wiley-Blackwell.

Singer, J. (2011b). Taking Responsibility: Legal and ethical issues in participatory journalism. In Singer, J. et al., *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. (pp. 121-138). Inglaterra. Wiley-Blackwell.

Silva, M. T. (2004) A Cimeira de Copenhaga e os comentários dos leitores às notícias da TSF. In *Media & Jornalismo*, nº 4, pp. 59-72.

Sodré, M. (2005). Por um conceito de minoria. In Paiva, R. & Barbalho, A. (orgs.), *Comunicação e cultura das minorias*. (pp. 11-14). São Paulo, Brasil: Paulus.

Wilson, C., Gutiérrez, F. & Chao, L. (2003). *Racism, sexism, and the media – the rise of class communication in multicultural America* (3ª ed.). Estados Unidos da América: Sage Publications.

Zhang, Y. (2005). *Stereotypes of and discrimination against racial/ethnic minorities: can media exposure help change people's racial/ethnic prejudice for the better or for the worse?* Dissertação de mestrado. Washington State University, Washington.

Notas sobre a autora

E-mail: beatrizzcruz@gmail.com

Mestranda de Jornalismo, Comunicação e Cultura no Instituto Politécnico de Portalegre, Escola Superior de Educação.

Licenciada em Jornalismo e Comunicação – vertente Jornalismo no Instituto Politécnico de Portalegre, Escola Superior de Educação, com média de 15 valores.